JURNAL ILMIAH EKBANK

AKADEMI KEUANGAN DAN PERBANKAN GMIST TAHUNA
Volume 4, No. 1 Juni 2021. E-ISSN: 2621-7554
https://jurnal.akptahuna.ac.id/index.php/ekbank/index

PENGARUH STOK GUDANG TERHADAP OMSET PENJUALAN DI PT PANCARAN BERKAT MULIA TAHUNA

Jumeidi Lisca Mangamba[1], Arif. I. Janis[2], Alvin. I. Sentinuwo[3]
AKP GMIST Tahuna[123]
Email : arifjanis@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perusahaan yang bergerak dibidang perekonomian yaitu sebagai perusahaan pendistribusian barang atau distributor. PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna adalah distributor yang mendistribusikan produk Unilever. Dimana persediaan barang adalah kegiatan utama dalam mencapai omset penjualan yang maksimal. Rumusan masalah dalam KTI ini adalah Bagaimana pengaruh stok gudang terhadap omset penjualan di PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna? Tujuan penelitian Untuk mengetahui pengaruh stok gudang terhadap omset penjualan di PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Koefisien Regresi nilai konstanta a = 1019514478 dan nilai b = 0,08560938 sehingga persamaan regresi kedua variabel X dan variabel Y dapat dikatakan searah atau signifikan artinya stok gudang mempunyai hubungan searah dengan omset penjualan. Koefisien Korelasi nilai R^2 = 0,87185458 menunjukkan sangat kuat antara stok gudang dan omset penjualan, karena nilai 0,87 berada di antara 0,80 – 1,000. Koefisien Determinasi berdasarkan hasil diatas stok gudang memiliki hubungan yang sangat kuat dengan omset penjualan dengan nilai koefisien r = 0,93 dan r^2 = 0,87. Nilai t uji yang diperoleh t hitung = 13,79554361 dan nilai t tabel = 2,776445105 dapat dirumuskan bahwa t hitung > t tabel, sehingga hipotesis dari kedua tabel Stok Gudang dengan Omset Penjualan maka Stok Gudang memiliki pengaruh terhadap Omset Penjualan.

Kata kunci : Stok Gudang, Omset Penjualan

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi membawa dampak terhdap tatanan kehidupan dunia. Perubahan yang cepat dan mendasar terjadi dalam kehidupan disegala bidang terutama dalam bidang perekonomian yang menuntut kebebasan berinteraksi antar kehidupan yang ada didunia tanpa mengenal batas wilayah . Salah satu konsekuensi logis dari perubahan dunia kearah globalisasi adalah adanya pergeseran cara pandang dalam pelaksanaan perdagangan.

Perusahaan dalam keberadaannya sebagai unit organisasi, pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan cara menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keuntungan bisa diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal. Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan harus berusaha menciptakan volume penjualan yang menguntungkan dengan cara menstabilkan stok barang pada gudang. Semakin tinggi volume penjualan maka laba yang diperoleh semakin meningkat, dengan demikian perusahaan akan mampu bertahan hidup, tumbuh dan berkembang lebih lanjut, serta tangguh dalam mengatasi pengaruh faktor-faktor lingkungan yang senantiasa berubah.

Modal yang tertanam dalam persediaan merupakan harta lancer yang paling besar dalam perusahaan, dan juga merupakan bagian yang paling besar dalam harta perusahaan. Penjualan akan menurun jika barang tidak tersedia dalam bentuk, jenis, mutu, dan jumlah yang diinginkan pelanggan. Prosedur pembelian yang tidak efisien atau upaya penjualan yang tidak memadai dapat membebani suatu perusahaan dengan persediaan yang berlebihan atau tidak terjual. Jadi, penting bagi perusahaan untuk mengendalikan perusahaan secara cermat untuk membatasi biaya penyimpanan yang terlalu besar. Kerusakan, pemasukan yang tidak benar, lalai untuk mencatat permintaan, barang yang dikeluarkan tidak sesuai dengan pesanan, dan semua kemungkinan lainnya dapat menyebabkan catatan persediaan berbeda dengan persediaan yang sebenarnya ada digudang. Untuk itu, diperlukan pemeriksaan persediaan atsa catatan melakukan perhitungan yang sebenarnya.

Kebanyakan perusahaan melakukan perhitungan fisik setahun sekali. Namun ada juga yang melakukannya sebulan sekali.

PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna adalah perusahaan yang bergerak dibidang perekonomian yaitu sebagai distributor yang mendistribusikan produk Unilever. Produk yang didistribusikan oleh PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna memiliki berbagai jenis produk. Karena cukup banyak jenis produk dan mobilitas keluar masuk barang sehingga akan terjadi kehilangan ataupun pencurian stok barang, akibatnya diperlukan pengendalian intern yang baik agar tidak terjadi penyelewengan dalam menjalankan tugas.

Persediaan barang merupakan salah satu aktivitas kerja yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan dagang karena persediaan barang merupakan unsur utama dalam bidang perdagangan, diperlukan untuk menjamin kelancaran pemenuhan permintaan. Sebab bila tidak ada persediaan barang maka kebutuhan tidak terpenuhi dan akan sangat berpengaruh terhadap pencapaian keuntungan perusahaan. Kemajuan atau keberhasilan suatu perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh persediaan barang. Masalah umum dalam persediaan barang khususnya diwilayah kepulauan adalah pada bagian penyaluran barang. Sering terjadi keterlambatan dalam penyaluran barang pada saat mengimport barang dari luar wilayah ke kepulauan sangihe.

Sehingga distributor pun mengalami kesulitan dalam melakukan pendistribusian atau memenuhi permintaan barang konsumen. Dan hal tersebut berimbas pada omset penjualan di distributor PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna.

Omset adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama masa jual. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan, 1991). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik konsumen sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Menurut Moekijat (2011:488) definisi penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat meyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan omset penjualan adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual atau pengusaha dengan banyaknya

barang yang diserahkan kepada pembeli atau konsumen dengan harga yang sudah disepakati.

Menurut Swastha dan Irawan (2000), permintaan pasar dapat diukur dengan menggunakan volume fisik maupun volume rupiah. Berdasarkan pendapat Swastha dan Irawan tersebut, pengukuran volume penjualan dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu didasarkan jumlah unit produk yang terjual dan didasarkan pada nilai produk yang terjual (omset penjualan).

Volume penjualan yang diukur berdasarkan unit produk yang terjual, yaitu jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu, sedangkan nilai produk yang terjual (omset penjualan), yaitu jumlah nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dalam penelitian ini pengukuran volume penjualan didasarkan pada jumlah unit produk yang terjual.

Beberapa faktor- faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut (Swastha dan Irawan, 1990): (1) Kondisi dan Kemampuan Penjual. Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

Penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: (1) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan; (2) Harga produk; dan (3) Syarat penjualan seperti : pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah: (1) Jenis pasarnya; (2) Kelompok pembeli; (3) Daya belinya; (4) Frekuensi pembelian; dan (5) Keinginan dan kebutuhan.

Tujuan dari perusahaan adalah untuk menciptakan nilai *(value creation)* bagi pelanggannya secara menguntungkan, sehingga perusahaan juga harus mencari pelanggan yang juga bisa memberikan nilai bagi perusahaan.

Penjual atau pengusaha harus memiliki sejumlah modal untuk memperkenalkan barang atau produknya. Untuk melakukannya diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti : alat transport, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya.

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau yang ahli dibidang penjualan.

Faktor-faktor lain yang dimaksud, seperti : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah seringa mempengaruhi penjualan.

METODOLOGI PENELITIAN

Variabel merupakan element penting dalam masalah penelitian. Dalam statistik, variable didefinisikan sebagai konsep, kualitas,karakteristik, atribut, atau sifat-sifat dari suatu objek (orang, benda, tempat dll) yang nilainya berbeda-beda antara satu objek dengan objek lainnya dan sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Variabel independent merupakan variable yang mempengaruhi dan menyebabkan perubahan pada faktor yang diukur atau dipilih oleh seorang peneliti dalam mengetahui hubungan antara fenomena yang diamati. Variabel independent adalah variable yang menyebabkan atau mempengaruhi perubahan variable dependent atau yang menyebabkan perubahan variabel dependent. Jika variabel independent berubah, variabel dependent juga berubah. Variabel ini diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang diamati.

Variabel dependent adalah apa yang diukur dalam pencobaan. Ini adalah perubahan karena adanya perubahan pada variabel independent. Variabel dependent juga disebut variabel output, kriteria atau konsekuensial. Itu adalah akibat atau pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas. Penelitian ini mengamati dan mengukur variabel dependent untuk mengetahui pengaruh variabel independent. Variabel dependent disebut juga variabel yang terpengaruh atau dihasilkan karena variabel independent. Yang dapat menpengaruhi variabel terikat (IV) adalah variabel bebas (DV).

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent variabel, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat atau dependent variabel. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y).

Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubngan positif atau negative serta untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mangalami kenaikan maupun penurunan. Pada regresi sederhana biasanya data yang digunakan memiliki skala interval dan rasio.
Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent. Omset Penjualan di PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna

X = Variabel independent. Stok Gudang di PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

Formula nya sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum y.\sum x^2) - (\sum x.\sum xy)}{}$$

$$b = \frac{n.\sum x^2-(\sum x)^2}{n.\sum xy- (\sum x.\sum y)} \quad n.\sum x^2- (\sum x)^2$$

Perhitungan ini menggunakan rumus dasar analisis regresi, makan yang akan dicari terlebih dahulu adalah nilai a dan b. dan kedua rumus diatas dipakai untuk menghitung dua variabel yaitu X dan Y.

Analisis korelasi sederhana *(Bivariate Correlation)* digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Analisis korelasi sederhana dengan metode Pearson atau sering disebut *Product Moment Pearson.* Nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menujukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun).

Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Internal Koevision	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Koefisien determinasi (R square R kuadrat) atau disimbolkan dengan **"r^2"** yang bermakna sebagai sumbangan yang diberikan variabel bebas atau variabel independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y) atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi atau R square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.

Analisis Koefisien Korelasi Determinasi (r^2) dengan menggunakan formulasi alternatif :

$$r^2 = \frac{\{ (n)(\sum xy) – (\sum x)(\sum y)}{\{n(\sum x)^2. n(\sum y^2) – (\sum y)^2}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perusahaan perdagangan pendistribusian barang atau biasa disebut distributor mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari omset penjualan dengan cara meningkatkan stok pada gudang agar dapat memenuhi permintaan pelanggan atau konsumen.

Jika nilai t dihitung t table, maka H0 diterima dan Ha ditolak yang berarti variabel independent (stok gudang) tidak berpengaruh signifikan secara persial terhadap variabel dependent (omset penjualan) dan jika nilai t dihitung t table maka H0 ditolak danHa diterima yang berarti variabel independent (stok gudang) berpengaruh signifikan secara persial terhadap variabel dependent (omset penjualan).

Pada bagian ini dijelaskan tentang hasil data yang diperoleh dari stok gudang dan omset penjualan di PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna selama 5 periode terakhir yaitu periode 2016 sampai dengan periode 2020.

Adapun sata stok gudang dan omset penjualan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 1 Data Stok Gudang periode 2016 s/d 2020

No	Tahun	Stok Gudang (Rp)
1.	2016	2,374,897,446
2.	2017	2,901,962,739
3.	2018	2,943,482,799
4.	2019	2,864,002,366
5.	2020	3,094,079,048

Sumber data : Bagian Operational Manager dan bagian Operator PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna

Pada tabel data stok gudang diatas menjelaskan bahwa periode 2016 stok gudang yang dimiliki oleh PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna sebesar Rp. 2,374,897,446 dibandingkan dengan stok gudang periode 2017 sebesar Rp.2,901,962,739 dari hasil ini dapat dikatakan bahwa stok gudang untuk periode 2016 dan 2017 terjadi peningkatan sebesar 18,16 %. Dan untuk periode 2018 persediaan stok gudang sebesar Rp. 2,943,482,799 atau telah terjadi peningkatan stok gudang sebesar 1,41 % dari periode 2017 sampai dengan periode 2018. Persediaan stok gudang periode 2019 sebesar Rp. 2,864,002,366 antara persediaan stok gudang yang dimiliki perusahaan pada periode 2018 dan periode 2019 terjadi penurunan 2,70 % dan sedangkan stok gudang di periode 2020 sebesar Rp. 3,094,079,048 telah terjadi peningkatan sebesar 7,43%.

Tabel .2 Data Omset Penjualan periode 2016 s/d 2020

No	Tahun	Omset Penjualan (Rp)
1.	2016	17,072,985,317
2.	2017	20,847,017,214
3.	2018	21,631,992,676
4.	2019	21,096,401,648
5.	2020	25,424,698,091

Sumber data : Bagian Operational Manager dan bagian Operator PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna

Koefisien (b) yang diartikan sebagai nilai peningkatan dan penurunan dari kedua variabel, koefisien Korelasi Sederhana (r) serta koefisien Korelasi Determinasi (r^2). Hasil perhitungan dapat dilihat dari tabel Summary Output yang melaporkan kekuatan hubungan antara model variabel bebas dengan variabel terikat. Sedangkan untuk menguji penerimaan (acceptability) model pespektif statistic dapat dilihat melalui tabel ANOVA (Analysis of Variance). Berikut hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut :

Nilai Konstanta (a)	:	1019514478
Nilai (b)	:	0,08560938
Nilai (r)	:	0,93373153
Nilai (r^2)	:	0,87185458

Sehingga diperoleh hasil persamaan regresi

Y = 1019514478 + 0,08560938 X

Koefisien Regresi digunakan untuk mengetahui hubungan antara Stok Gudang dengan Omset Penjualan apakah positif atau negatif.

Dalam persamaan regresi jika hasilnya menunjukkan negatif maka dianggap tidak searah atau tidak signifikan. Dan sebaliknya jika hasilnya menunjukkan positif maka dianggap searah atau signifikan. Dari hasil perhitungan maka nilai konstanta a = 1019514478 dan nilai koefisien regresi b = 0,08560938, sehingga persamaan regresi antara kedua variabel dapat dikatakan searah atau signifikan yang artinya stok gudang mempunyai hubungan yang searah dengan omset penjualan.

Koefisien Korelasi digunakan suatu penelitian untuk mengetahui keeratan hubungan yang terjadi antara Stok Gudang dan Omset Penjualan. Jika nilai koefisien korelasi satu variabel yang dihasilkan positif nilainya, maka dapat dikatakan memiliki hubungan yang berbanding lurus. Sedangkan jika nilai koefisien korelasi satu variabel yang dihasilakan negatif nilainya, maka memiliki hubungan yang tidak berbanding lurus.

Berdasarkan tabel "Model Summary" dapat disimpulkan bahwa nilai r memiliki nilai yang positif yaitu r = 0,93373153 ini berarti menunjukkan sangat kuat hubungan antara Stok Gudang dan Omset Penjualan.

Nilai r = 0,93373153 yang diperoleh ini dapat dilihat pada tabel interprestasi yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat, karena nilai 0,93 berada pada titik 0,80 – 1,000.

Koefisien Determinasi dalam suatu penelitian digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel stok gudang (X) terhadap variabel omset penjualan (Y). Apabila nilai koefisien determinasi sebesar 0,87 (87%), menunjukkan adanya hubungan sangat kuat. Sedangkan jika nilai koefisien dengan nilai sebesar 0 maka hal tersebut tidak menunjukkan adanya hubungan antara variabel independent (Stok Gudang) dengan variabel dependent (Omset Penjualan).

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan melalui Analysis Toolpak besarnya Koefisien Determinasi adalah r^2 = 0'87 atau 87% itu artinya Stok Gudang sangat mempengaruhi Omset Penjualan sebesar 87%. Nilai r^2 = 0,87 yang berada diantara 0,80 – 1,000 sehingga dikatakan bahwa hubungan antara Stok Gudang dengan Omset Penjualan sangat kuat.

Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa Stok Gudang memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Omset Penjualan, dan sangat mempengaruhi Omset Penjualan dengan nilai Koefisien Korelasi r = 0,93 dan Koefisien Determinasi r^2 = 0,87 sehingga antara variabel X dan variabel Y memiliki hubungan yang sangat kuat.

Untuk membuktikan apakah Stok Gudang berpengaruh terhadap Omset Penjualan, maka yang harus dilakukan yaitu pengujian statistic t dengan langkah-langkah sebagai berikut : (1) Mencari t tabel dengan ketentuan tingkat signifikan taraf nyata (level of significance) yaitu sebesar 5% atau a, 0,05.df atau derajat kebebasan n – k = 3, sehingga t tabel sebagai taraf nyata dari X atau variabel Stok Gudang penggunaan t tabel (0,05.3) = 2,776445105.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excell melalui Analysis Toolpak, nilai uji t yang diperoleh t hitung = 13,79554361 dan nilai t tabel = 2,776445105 dapat dirumuskan bahwa t hitung > t tabel, sehingga hipotesis dari kedua tabel Stok Gudang dengan Omset Penjualan maka keputusan menolak Hipotesis nol (H0) dan menerima Hipotesis alternatif (Ha), artinya bahwa Stok Gudang memiliki pengaruh terhadap Omset Penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Nilai konstanta a diperoleh yaitu a = 1019514478 dan untuk konstanta b = 0,08560938. Sesuai dengan pernyataan jika hasilnya positif maka dianggap searah dan jika nilainya negatif maka dianggap tidak searah. Dari pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa Stok Gudang mempunyai hubungan yang searah dengan Omset Penjualan. Jika nilai variabel X atau Stok gudang semakin tinggi maka nilai variabel Y atau Omset Penjualan semakin tinggi pula.

Koefisien Korelasi sebesar r = 0,93 dimana menurut tabel interpretasi nilai r ini berada diantara 0,80 – 1,000, sehingga antara variabel Stok Gudang dan Omset Penjualan memiliki hubungan yang sangat kuat.

Koefisien Determinasi atau r^2 = 0,87 atau 87%, sesuai dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh

maka dapat dikatakan bahwa Stok Gudang memiliki hubungan sangat kuat terhadap Omset Penjualan sebesar 87%.

Dari hasil yang diperoleh dari nilai t hitung = 13,79554361 dan nilai t tabel = 2,776445105 sehingga dapat diartikan bahwa Stok Gudang mempengaruhi Omset Penjualan.

Pihak PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna. Lebih ditingkatkan lagi persediaan barang, agar kebutuhan konsumen bisa terpenuhi dan hasilnya omset penjualan pada perusahaan pun bisa meningkat. Bagi konsumen yang membeli atau memesan barang sebaiknya dapat memeriksa barang apakah sesuai dengan nota faktur agar proses pembayaran sesuai dengan jatuh tempo.

DAFTAR PUSTAKA

Alie, M. S., & Kurniati, N. S. (2018). Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan Terhadap Rentabilitas Ekonomi Pada Perusahaan Otomotif Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016. Jurnal ekonomi, 20(3), 336-347.

Mufidah, R. A., Budiraharjo, K., & Sumarjono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga terhadap Volume Penjualan Beras Premium Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu. Mediagro, 14(2).

Noor, M. (2017). Strategi meningkatkan omset penjualan dagangan melalui praktik cuci gudang perspektif marketing syariah (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).

SAPUTRI, F. N. D. (2020). PENGARUH BEBAN PROMOSI DAN BEBAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD. SANKI UTAMA DI SURABAYA (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).

Sriatun, S. (2004). PENGARUH MERK DAN KEMASAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN MINUMAN PADA PT. BINASARANA JAYAMURNI (DISTRIBUTOR) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).

Supriadi, Y., & Syahidah, H. (2018). Analisis Pengaruh Kebijakan Investasi, Pertumbuhan Penjualan Dan Efisiensi Biaya Operasi Terhadap Profitabilitas. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 6(1), 65-75.

SUWELEH, H. A. (2014). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Truk Fuso FN 527 HL Pada PT. Bosowa Berlian Motor Di Kota Makassar. Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar.

Wahyudi, R. (2015). Analisis pengendalian persediaan barang berdasarkan metode eoq di Toko Era Baru Samarinda. Ejournal Ilmu Admistrasi Bisnis, 2(1), 162-173.

Wigati, R., Azis Fathoni, S. E., Amboningtyas, D., & MM, S. (2018). THE INFLUENCE OF SALES VOLUME, INTEREST RATE AND STOCK PRICES TOWARDS STOCK RETURNS. Journal of Management, 4(4).

Zevi, I. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).